

**PENGARUH FAKTOR DEMOGRAFI DAN ATRIBUT RITEL
TERHADAP FREKUENSI BELANJA KONSUMEN ELEKTRONIK
DI SURABAYA**

SKRIPSI



**OLEH:
SWIJIANA SALIM
3103008247**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012**

ANALISIS PENGARUH *FAKTOR DEMOGRAFI* DAN *ATRIBUT RITEL* TERHADAP *FREKUENSI BELANJA* DI SURABAYA

SKRIPSI

diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH:

SWIJIANA SALIM
3103008247

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN


SKRIPSI

PENGARUH FAKTOR DEMOGRAFI DAN ATRIBUT RITEL TERHADAP FREKUENSI BELANJA KONSUMEN ELEKTRONIK DI SURABAYA

OLEH:
SWIJIANA SALIM
3103008247

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



J.B. Budi Iswanto, P.hD
Tanggal : 28. Januari 2012

Pembimbing II,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
Tanggal : 28. Januari 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Swijiana Salim NRP 3103008247. Telah diuji pada tanggal 11 Maret 2012 dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Drs. EC. Yulius Koesworo, MM

NIK 311.89.0152

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Chr. Whidya Utami, MM.

NIK. 311.92.0185



Drs. EC. Yulius Koesworo, MM

NIK 311.89.0152

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Swijiana Salim

Nrp : 3103008247

Judul Tugas Akhir :

PENGARUH *FAKTOR DEMOGRAFI* DAN *ATRIBUT RITEL*
TERHADAP *FREKUENSI BELANJA* KONSUMEN ELEKTRONIK DI
SURABAYA.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini di publikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library*) Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian Pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Maret 2012
Yang Menyatakan,



(Swijiana Salim)

PENGARUH FAKTOR DEMOGRAFI DAN ATRIBUT RITEL TERHADAP FREKUENSI BELANJA KONSUMEN ELEKTRONIK DI SURABAYA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh pengaruh faktor demografi dan atribut ritel terhadap frekuensi belanja konsumen elektronik pada format ritel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 103 orang dan diolah dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Variabel penelitian ini meliputi variabel bebas dan variabel terikat. Variabel yang diposisikan sebagai variabel bebas adalah: usia, jenis kelamin, penghasilan, pendidikan. Sedangkan variabel terikat adalah format ritel yang meliputi toko elektronik, hypermarket dan toko online.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa untuk factor demografi meliputi : usia, jenis kelamin, penghasilan, dan pendidikan tidak berpengaruh terhadap frekuensi belanja. Sedangkan untuk atribut ritel berpengaruh terhadap frekuensi belanja konsumen elektronik di Surabaya.

Kata kunci: faktor demografi, atribut ritel dan frekuensi belanja.

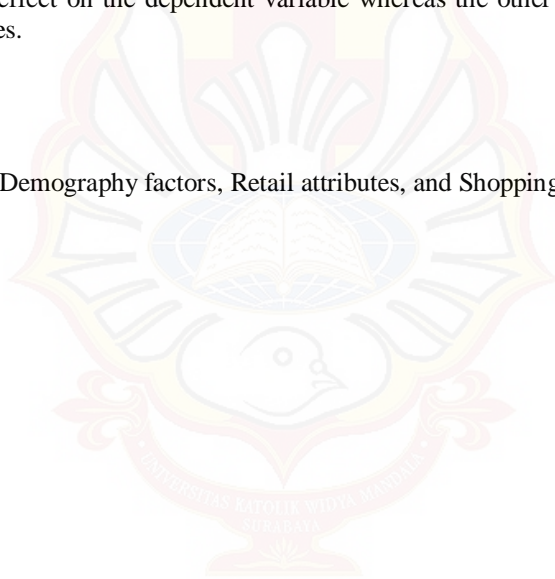
FACTORS INFLUENCE OF DEMOGRAPHICS AND ATTRIBUTES OF FREQUENCY OF SHOPPING IN CONSUMER ELECTRONICS IN SURABAYA

ABSTRACT

The purpose of the research is to examine the influence of factors of demography, and retail attributes on the shopping frequency at elektronik stores. The sample of respondents totals 103 people and the data collected are analyzed using the multiple linear regression.

The result shows that the demography variable doesn't have any significant effect on the dependent variable whereas the other independent variable does.

Keywords: Demography factors, Retail attributes, and Shopping frequency



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maksud dan tujuan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Chr. Whidya Utami, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak J.B. Budi Iswanto, P.hD, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, koreksi perbaikan, perhatian, dan dorongan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, yaitu suatu jasa yang sangat berharga yang akan penulis kenang selamanya.
4. Ibu Elisabeth Supriharyati, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan banyak waktu dan pikiran terutama dalam memberikan pengarahan, petunjuk, koreksi perbaikan, dan masukan-masukan penyempurnaan materi serta motivasi untuk

senantiasa melangkah maju, yaitu suatu jasa yang sangat berkesan di hati yang tak dapat penulis lupakan.

5. Drs. Ec. Siprianus Sina, MM, selaku dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan petunjuk, koreksi perbaikan, waktu dan perhatian dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Pengajar Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah membekali ilmu dan pengetahuan yang tidak ternilai selama penulis menjadi mahasiswa.
7. Orangtua yang sudah mendukung baik moral maupun material serta dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman yang turut membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
9. Semua pihak terkait yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Besar harapan penulis agar Tuhan Yang Maha Esa memberkati dan memberikan rahmat-Nya kepada semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Skripsi.....	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Ritel.....	11
2.2.1.1. Pengertian Ritel.....	11
2.2.1.2. Format Ritel.....	12
2.2.1.3. Frekuensi belanja.....	15
2.2.2. Perilaku Konsumen.....	15
2.2.3. Faktor Demografi Konsumen.....	19
2.2.3.1. Usia.....	19
2.2.3.2. Jenis Kelamin.....	19
2.2.3.3. Penghasilan.....	20
2.2.3.4. Pendidikan.....	20

2.2.4. Atribut Ritel.....	20
2.2.4.1. Harga.....	20
2.2.4.2. Kualitas Produk.....	23
2.2.4.3. Kualitas Layanan.....	26
2.2.4.4. <i>Store Atmosphere</i>	28
2.2.5. Produk Inovatif.....	30
2.2.6. Jam Operasional.....	30
2.2.7. Kemudahan Akses.....	31
2.2.7.1. Lokasi Retail di Pusat Perbelanjaan <i>Shopping Cent</i>	31
2.2.7.2. Lokasi Retail di Tengah Kota/CBD (<i>Central Business District</i>).....	32
2.2.7.3. Lokasi Retail yang Bebas/ <i>Freestanding</i>	32
2.2.8. Hubungan Demografi Konsumen dengan Format Retail.....	33
2.2.9. Hubungan Atribut Ritel dengan Format Ritel.....	34
2.3. Model Analisis.....	35
2.4. Hipotesis.....	36
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Desain Penelitian.....	37
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian.....	37
3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	39
3.5. Pengukuran Variabel.....	39
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	40
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.8. Teknik Analisis Data.....	41

3.8.1. Uji Validitas.....	41
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	41
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
 BAB 4. ANALISIS HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Sampel Penelitian.....	45
4.2. Deskripsi Data.....	45
4.2.1. Karakteristik Usia Responden.....	46
4.2.2. Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	46
4.2.3. Karakteristik Penghasilan Responden	47
4.2.4. Karakteristik Pendidikan Responden.....	47
4.3. Teknik Analisis Data.....	48
4.3.1. Uji Validitas.....	48
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	50
4.4. Analisis Regresi linear Berganda.....	51
4.4.1. Persamaan Regresi Berganda.....	51
4.4.2. Uji Kecocokan Model.....	51
4.4.3. Pengujian Asumsi.....	52
4.4.4. Pengujian Hipotesis.....	55
4.5. Pembahasan.....	58
4.5.1. Pengaruh usia terhadap frekuensi belanja konsumen elektronik di Surabaya.....	58
4.5.2. Pengaruh jenis kelamin terhadap frekuensi belanja konsumen elektronik di Surabaya.....	59
4.5.3. Pengaruh penghasilan terhadap frekuensi belanja konsumen elektronik di Surabaya.....	59
4.5.4 Pengaruh pendidikan terhadap pilihan format ritel pada konsumen elektronik Surabaya.....	60

4.5.5 Pengaruh atribut ritel terhadap frekuensi belanja konsumen elektronik Surabaya.....	60
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	10
Tabel 4.1 Presentase Usia Responden.....	45
Tabel 4.2 Presentase Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Presentase Penghasilan Responden.....	47
Tabel 4.4 Presentase Pendidikan Responden.....	47
Tabel 4.5 Uji Validitas format ritel(Y).....	48
Tabel 4.6 Uji Validitas atribut ritel(X_5).....	49
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas format ritel(Y).....	50
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Atribut Ritel (X_5).....	50
Tabel 4.9 Uji Kecocokan Model.....	52
Tabel 4.10 Nilai-nilai Variance Inflation Factor(VIF) toko elektronik, hypermarket dan toko online.....	53
Tabel 4.11 Uji Park	54
Tabel 4.12 Uji Hipotesis	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Hirarki Pemilihan Lokasi Retail.....	32
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data Responden

Lampiran 3. Deskripsi Data

Lampiran 4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Atribut Ritel (X_5 dan Y)

Lampiran 5. Regression

Lampiran 6. Uji Park

